

REVISTA Frimesa

Ano XIV Edição nº84 | maio/junho de 2017
www.frimesa.com.br



IMAGENS ILUSTRATIVAS

ESPECIAL 40 anos

UM PRODUTO, UMA HISTÓRIA

SABOR E TRADIÇÃO
— DESDE —
★ ★ ★ 1977 ★ ★ ★

Frimesa

CRUSÓUTPA



Vai de Doce de Leite Frimesa.

Se você acha que doce de leite é tudo igual, é porque ainda não experimentou o Doce de Leite Frimesa. Ele é produzido por meio de um processo especial, que dá mais cremosidade, pureza e consistência. Você não vai mais querer saber de outro. Vai de cremosidade e sabor. Vai de Frimesa.



Caros Amigos,

Nossa determinação em levar adiante a produção e o trabalho é maior que o conjunto de "maldades" do setor público e que atingem o empreendedor brasileiro. Mesmo diante de injustiças e proteções indevidas a grupos escolhidos, decidimos lutar bravamente pelo espaço proporcionado pelo mercado. Com essa inspiração estamos aperfeiçoando nossas indústrias e tornando nossos produtos mais atrativos em todos os sentidos aos consumidores. Evoluímos na qualidade, na apresentação e na embalagem, como você poderá acompanhar nesta edição.

Comemoramos as premiações recebidas como destaque nacional em Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável. São conquistas que entusiasmam a todos os cooperados, colaboradores e prestadores de serviços das cadeias produtivas do suíno e do leite.

Você acompanhará ainda, nesta edição, outras informações, realizações e eventos que participamos recentemente.

Não poderíamos deixar de manifestar a nossa decepção e indignação com os fatos que estão sendo desvendados na área política e governamental brasileira. Quanta injustiça para com aqueles que lutam árdua e honestamente para sustentar suas atividades e competir nos negócios!

A impunidade gerou a corrupção. A compra e venda de benefícios desestruturou a livre concorrência e enterrou a meritocracia.

Não perdemos a esperança e nem a coragem do enfrentamento das maldades, na busca de um Brasil decente, ético e justo, como todas as pessoas de bem o desejam.

Além de brilhar seus olhos, desejamos que as mensagens levem a luz e a paz a todos vocês.

Abraços.

A Diretoria.

diretoria@frimesa.com.br

Cooperativas filiadas:

Cooperativa Agroindustrial Copagril,
Lar Cooperativa Agroindustrial,
Cooperativa Agroindustrial Consolata – Copacol,
C.Vale Cooperativa Agroindustrial,
Primato Cooperativa Agroindustrial.

Conselho de Administração:

Ricardo Sílvia Chapla, Irineo da Costa
Rodrigues, Valter Pitol, Alfredo Lang e Ilmo
Werle Welter.

Conselho Fiscal:

José Carlos Colombari, Genesio Clemente,
Adelar Viletti, Vilmar Fülber, Moacir Scuziatto
e Elis Carla Colombi.

Diretor Presidente:

Valter Vanzella.

Diretor Executivo:

Elias José Zydek.

SUMÁRIO



Maio |
Junho
2017

06 Sala do Produtor
08 Parceria
10 Feiras
12 Análise de Mercado
14 Mídia

16 CAPA
23 Premiação
24 Gestão Integrada
26 Gestão da Inovação
27 Gestão de Pessoas



www.frimesa.com.br

REVISTA Frimesa

Revista Frimesa é uma publicação bimestral da Frimesa Cooperativa Central, de circulação interna e distribuição gratuita.

Rua Bahia, 159 - Medianeira (PR) CEP 85884-000

Fone: (45) 3264-8000 site: www.frimesa.com.br

e-mail: midia@frimesa.com.br

Edição 84 Ano XIV - MAIO/JUNHO 2017

Departamento: Marketing. **Jornalista e Editora Responsável:**

Elis D'Alessandro MTb 7476. **Jornalista:** Oly Francescon Junior.

Capa: Daniel Kuntz. **Diagramação:** Bruno Trento Smaha.

Revisão: Evelina Lemke Pereira. **Áreas Colaboradoras:** Segurança Alimentar e Ambiental, Comercial, Fomento Suíno, Gestão de Pessoas, Fomentos Suíno e Leite das Cooperativas Filiadas.

Impressão: Gráfica Tuicial **Tiragem:** 18.000 exemplares.

As matérias desta publicação podem ser reproduzidas, desde que citada a fonte.



A Frimesa comemora, em 2017, quatro décadas de fundação, com uma história marcada pelo crescimento, investimentos em pesquisa e desenvolvimento de produtos que contribuíram para a forte presença da marca nas gôndolas do país.

Crescer sempre

NA PROPRIEDADE DOS VEIT, SUINOCULTORES INTEGRADOS DA LAR, AS QUASE TRÊS DÉCADAS DE INVESTIMENTO NA ATIVIDADE E TRABALHO SÉRIO RENDERAM UM CRESCIMENTO EXEMPLAR

FAMÍLIA VEIT, de Missal, comprova que a dedicação e a busca constante pela melhoria são os fatores necessários para garantir bons resultados

A comprovação do dito popular “a prática leva à perfeição” pode ser encontrada na propriedade do casal Rui Inácio e Marlene Terezinha Veit. No sentido da palavra, junto com os filhos, Rafael e Mirian, ano a ano buscaram aperfeiçoamento na criação de suínos e agora colhem os frutos do conhecimento e da decisão de expandir.

Nestas quase três décadas, o número de suínos na propriedade cresceu 74.900%. No entanto a propriedade não cresceu apenas em quantidade, mas também em qualidade. Para se ter uma ideia, os últimos cinco lotes da família resultaram em uma média de R\$ 27,92 paga por animal, o que comprova a dedicação e a busca constante pela melhoria das atividades.

Seja por meio da experiência de três décadas dedicadas à suinocultura, seja pelas melhorias implementadas no manejo, na automatização e tecnificação das granjas a certeza mesmo de que os Veit estão no rumo certo vem dos resultados obtidos. A cada lote entregue à cooperativa, o valor chega a R\$ 30 reais por animal, teto máximo.

EVOLUÇÃO HISTÓRICA A família iniciou a criação em 1988, em um sistema conhecido como ciclo completo, com apenas duas matrizes. A atividade seguiu assim durante quatro anos até que seu Rui decidiu ampliar a granja, em 1992.

A definição, além de aumentar a quantidade de animais para 100, foi responsável pela mudança no método de produção onde a terminação de animais passou a ser o foco da propriedade. Na prática os animais são recebidos com cerca de 21 quilos e permanecem até o envio para o abate — aproximadamente 100 dias.

Com o passar dos anos, o desempenho dos Veit na atividade começou a melhorar, até que em 1999, novamente a decisão de expandir estava traçada. Depois daquele momento a propriedade passou a alojar 300 animais.

NOVA FASE Quando a família estava pensando em se acomodar, em 2005, a Lar juntamente com a Frimesa deram mais motivação com o anúncio de investimentos na suinocultura. Com a implantação da Produtora de Leitões de Itaipulândia da Lar, os Veit decidiram mais uma vez investir, afinal a unidade de leitões ficava apenas 25 quilômetros da propriedade.

Os Veit logo ampliaram a granja e chegaram à capacidade máxima, 500 animais. No entanto, não dá para sossegar, como comenta seu Rui, quem não tem meta e objetivos não cresce. “Em 2016 achei que estava na hora de mais um passo, maior ainda. Começamos a construção da segun-

da granja para dobrar a produção”, relembra o produtor. Para a surpresa a atividade não dobrou de tamanho, mas triplicou.

De acordo com o técnico que atende a propriedade, Gilson Crumenauer, o destaque da propriedade fica por conta do manejo, responsável pelo diferencial nos resultados obtidos a cada lote.

ESCOLHA CERTA Para os Veit, a suinocultura sempre teve um lugar especial, afinal de contas, esse era o trabalho dos pais de Rui e de Marlene, assim os ensinamentos passaram de geração para geração. “Nem mesmo as dificuldades no início dos anos 90 foi capaz de fazer a gente desistir”, diz seu Rui lembrando das mudanças de governos, reformas monetárias e preços baixos para a matéria-prima e insumos em alta. No entanto, estas incertezas não foram suficientes para tirar a vontade de crescer e o amor pelo trabalho com a criação.

Satisfeita, dona Marlene vê com orgulho a evolução da família, “suíno é tudo de bom, o trabalho é mais simples e mais fácil. Hoje sim estamos no rumo certo”. Já Rui explica que a melhor parte da atividade é o histórico de quase três décadas de dedicação à atividade, “como já temos uma certa experiência buscamos, a cada lote, melhorar nossos resultados e por isso sempre estamos procurando otimizar o manejo”.

Hoje, mesmo com toda a experiência, a família costuma pedir um apoio técnico da cooperativa. No entanto, com os celulares e a tecnologia, a comunicação ficou muito mais fácil. “É só pedir e em pouco tempo o técnico nos responde e auxilia a resolver os problemas”.

MESMO com as visitas técnicas, caso a família tenha alguma dúvida, a internet e os celulares tornaram a comunicação muito mais fácil





Referência catarine

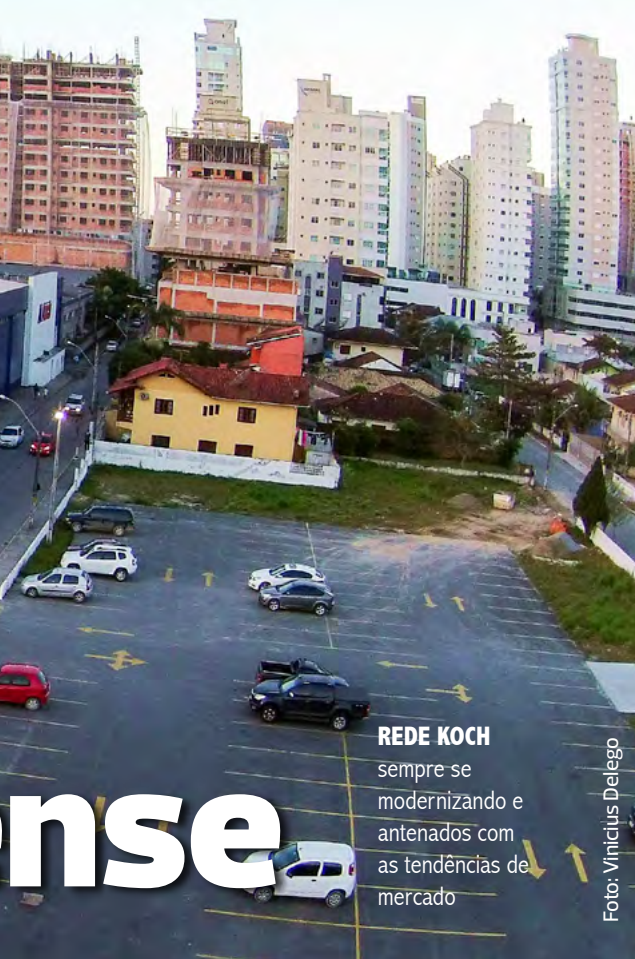
De feirante, no
início dos anos 90,
a uma das maiores
redes de varejo
de Santa Catarina.
Supermercados
Koch soube
unir a visão
empreendedora com
qualidade no servir

A cordar cedo, preparar os produtos, montar a banca e, quando chegar em casa, adiantar as mercadorias para o dia seguinte. A vida de feirante é dura, mas não existe escola melhor para dominar a habilidade de conquistar a clientela. Para a família Koch, de Antônio Carlos, em Santa Catarina, as feiras livres têm um grande significado.

No tempo que vendiam a produção, verduras e legumes do pai numa feira livre em Florianópolis, os irmãos José Evaldo, Geraldo, Albano, Antônio e Sebastião tiveram a ideia de ampliar e diversificar os negócios. Assim surgiu, em setembro de 1994, o Supermercado Koch, em Tijucas, a 50 quilômetros ao norte de Florianópolis.

Os mais de 12 anos de experiência no ramo de hortifrúti permitiu que os Koch pensassem grande. A primeira loja inaugurada possuía uma área de 700 metros quadrados e um mix de cerca de 3.000 itens. A ideia deu tão certo que em pouco tempo a família já começava a planejar a construção da segunda unidade.

TRAJETÓRIA COM EXPANSÃO O tino para os negócios levou a família Koch iniciar o projeto de expansão um tanto arrojado. Entre 1994 a 2017, praticamente uma loja era aberta a cada 16 meses para atender nove cidades do litoral catarinense. As lojas do Supermercados são encontradas nas



REDE KOCH
sempre se
modernizando e
antenados com
as tendências de
mercado

Foto: Vinicius Delego



MIX variado e qualidade
nos produtos garantem
os bons resultados da
Rede Koch

Foto: Luiz Junnior



Foto: Luiz Junnior

IRMÃOS KOCH: responsáveis pelo crescimento
constante da Rede, em pouco mais de duas décadas

idades de Tijucas, com duas lojas, Itapema, possui quatro lojas, Porto Belo, conta com duas unidades, Camboriú, já está com três lojas, além de Itajaí, Navegantes, Biguaçu e Balneário Camboriú. Em São João Batista o grupo conta com um Atacado. Ao todo são 3 lojas no Atacado, uma no Express e o restante são Supermercados.

De acordo com o diretor, José Evaldo Koch, a receita do crescimento vertiginoso do grupo foi por meio de ações simples. "Seriiedade, responsabilidade e comprometimento são princípios que norteiam a atuação do Koch Supermercados ao longo dos anos. Ao adotar essa postura, a rede conquista a admiração e o respeito dos clientes, fornecedores e parceiros e se posiciona entre as empresas que mais se desenvolvem no seu ramo de atuação em Santa Catarina".

Em 2016 os empresários decidiram que tinha chegado o momento de ampliar o formato dos negócios. Assim a rede ingressa no segmento de atacarejo, com lojas Komprão Koch Atacadista – em Camboriú e Porto Belo – proporcionando a atuação em três especialidades: Supermercados, Cashing Carry (atacarejo) e Express – minimercados com a finalidade de dar comodidade e agilidade no atendimento, porém com instalações sofisticadas e modernas.

"São mudanças necessárias para acompanharmos as exigências do mercado e do cená-

rio econômico", diz o diretor José Evaldo Koch. As estratégias estão pautadas no comportamento do mercado e buscam reduzir o custo operacional, antecipando as previsões em cenários complicados. "Temos um direcionamento estratégico claro de expansão. Reforçamos o relacionamento comercial e ainda com o atacarejo e express operamos com mais assertividade nas ações promocionais e de marketing".

O resultado não poderia ser melhor, com apenas duas décadas de história, o grupo Koch já responde pelo terceiro maior faturamento supermercadista de Santa Catarina e está entre os 50 maiores grupos do país, conforme o ranking 2017 da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS).

FOCO NA QUALIDADE Uma das premissas da rede foi a preocupação em atender bem, sempre fornecendo uma ampla variedade de produtos. A marca Frimesa está presente nas opções oferecidas pela rede Koch. "Temos uma boa parceria e quando avaliamos o crescimento, entendemos ser bom para ambos. No último ano crescemos 20% e, neste ano, já estamos com um resultado próximo aos 30%", ressalta José. "O que faz da Frimesa uma das nossas principais parceiras é a qualidade no atendimento e nos produtos. A cooperativa tem se mostrado como uma excelente opção para o cliente que procura preço justo e produtos de qualidade".



EQUIPE Frimesa marcou presença na feira de Curitiba

Ambiente



Frimesa nas feiras varejistas da Apas, São Paulo e Mercosuper, no Paraná

Mais uma vez, a Frimesa marcou presença na feira varejista paranaense: a Mercosuper, realizada em Curitiba de 18 a 20 de abril e a da maior do Brasil, a Apas, na capital paulista, de 02 a 05 de maio. A proposta é cada vez mais estreitar o relacionamento com o setor e mostrar as novidades. "O movimento de clientes surpreendeu tornando-se excelente ferramenta de marketing para o mercado comprador. É a nossa postura na parceria, qualidade dos produtos e atendimento que nos permitiu avançar no mercado", resume o presidente Valter Vanzella.

Nas duas feiras o tema estava na campanha de marketing "a carne que o mundo prefere", iniciada em outubro do ano passado — destacando o grande potencial da carne suína e a Frimesa como uma das principais fornecedoras dessa proteína para o Brasil. No ano passado foram lançados 12 cortes de suínos juntos com uma grande campanha de comunicação com o intuito de ampliar a visibilidade e consumo.

CURITIBA A 36ª edição da Mercosuper recebeu mais de 45 mil visitantes. Este número é reflexo do crescimento de mais de 50% no número de empresas participantes, se comparado com a edição de 2016. Com uma tradição



STAND recebeu mais de 70 mil visitantes durante o evento em São Paulo

de negócios

de mais de 35 anos, a feira tornou-se uma importante vitrine de negócios. Foram cerca de 190 expositores de produtos, serviços e ideias para o varejo e um volume de negócios fechados estimados em mais de R\$ 520 milhões.

No tradicional Jantar de Encerramento a Frimesa trouxe dois títulos do evento: Melhor Atendimento e Expositor do Ano para estandes de grande porte. Com um espaço privilegiado, o estande da Frimesa foi estruturado para receber os clientes de todo o estado e reforçar as informações do portfólio, que atualmente está com 430 produtos diferentes. Fizeram frente ao atendimento dos clientes as equipes de vendas das filiais de Medianeira, Apucarana e Curitiba, as três filiais da empresa no estado.

SÃO PAULO Menos de duas semanas após o encerramento da Mercosuper, toda a estrutura do estande da Frimesa já estava montada para atender os clientes na capital paulista e participar da Apas 2017 - O 33º Congresso e feira de negócios em supermercados de São Paulo é organizado pela Associação Paulista de Supermercados (APAS).

Realizada no ExpoCenter Norte, a feira reuniu um dos maiores públicos em eventos do setor. Foram mais de 700 expositores nacionais e internacionais, distribuídos em um espaço com cerca de 240 estandes. Durante os quatro dias de evento, foi registrado um fluxo de mais de outras 12 mil empresas e um volume de negociações que ultrapassou a marca dos R\$ 7 bilhões. Nos quatro dias somaram-se 70 mil visitantes para conferir as novidades das últimas tendências em tecnologia, produtos e serviços para o varejo.

No estande da Frimesa, além das equipes das filiais de São Paulo e Bebedouro, a empresa reuniu gerentes e supervisores de vendas das filiais de Santa Catarina, Rio de Janeiro e do Paraná, que se revezaram no atendimento aos visitantes.





Carne suína Negócios em marcha lenta

Nos últimos sessenta dias, observamos uma contínua desvalorização do suíno vivo e da carcaça, justificada basicamente pela redução dos custos de produção. Mesmo assim, o volume de negócios não tem aumentado, pelo contrário, o ritmo vem caindo principalmente no mercado interno. Após esta queda nos preços, notam-se movimentos parecidos nos cortes in natura e em alguns itens industrializados como linguiças frescas e na presuntaria. A percepção do mercado é de que pode haver espaço para os preços caírem ainda um pouco mais e é muito provável que esta expectativa esteja inibindo a demanda por parte dos varejistas.

Ainda do lado da oferta, observamos um aumento na disponibilidade de animais vivos, o que está contribuindo no aumento da oferta de carne in natura e principalmente matérias-primas para industrialização. As indústrias que têm acesso a esta matéria-prima mais em conta acabam por ter mais competitividade na venda dos processados; e isso também está contribuindo para a queda dos preços.

Não fosse a exportação, que vem mantendo os volumes do ano passado e até com leve crescimento, a oferta no mercado interno seria maior ainda. Os preços no mercado externo também têm se mantido estáveis com pequenos aumentos em dólar em alguns produtos e, com a ajuda da taxa de câmbio, os negócios para fora do país estão muito estimulados no momento.

Embora o mercado externo esteja mais aquecido não está sendo suficiente para aliviar a pressão da oferta no mercado interno, o problema é que o consumo, mesmo com preços menores, não está crescendo e os estoques de muitos produtos processados, sim. A conclusão é de que passaremos uma fase de ajuste nos custos de produção e como reflexo imediato teremos uma queda nos preços de venda onde o consumidor será o maior beneficiado. ■



Leite & Derivados Baixo consumo é o problema

Embora o Cepea tenha indicado uma queda de cerca de 3 pontos percentuais no índice de captação de leite, de fevereiro para março deste ano, o índice está mais de 6 pontos percentuais acima do registrado em março do ano passado. Isto é, já temos mais oferta de leite in natura este ano que no mesmo período de 2016. Além do clima favorável e dos custos de produção bem abaixo do ano passado, o principal estímulo tem sido os preços pagos ao produtor que, no acumulado deste ano, estão praticamente 12% acima dos preços praticados em 2016.

Como não existe perspectiva de aumento na demanda e com a maior oferta disponível é muito provável que os preços de venda comecem a ceder, na verdade já estão abaixo dos praticados no mesmo período no ano passado. Com exceção do leite em pó, queijos e leite longa vida já reportaram queda nos preços de venda ao varejo e ao consumidor. Já temos queda de preço também no leite in natura no mercado spot que é um bom termômetro para avaliarmos a tendência dos preços daqui para a frente. Além dos preços menores temos outro agravante que é o aumento dos estoques. Da mesma forma que nos preços, queijos e leite longa vida são as categorias que mais aumentaram seus estoques.

Pelo menos uma notícia boa, as importações brasileiras de leite estão diminuindo, ocorre que os preços no mercado externo estão subindo e com alta na taxa de câmbio do dólar, os preços dos produtos importados estão com sua atratividade reduzida. É claro que qualquer volume de produto importado sempre contribui com o aumento na oferta doméstica e também ajuda a pressionar os preços para baixo. Tudo indica que teremos um inverno atípico, possivelmente com redução de preços ao produtor. ■

Frimesa

4 anos

Vai de queijos fatiados Frimesa



Embalagem abre e fecha que vira um porta-frios

Fatias soltas fresquinhas e padronizadas

Fatiados Frimesa. Mais sabor e variedade para o seu dia a dia.

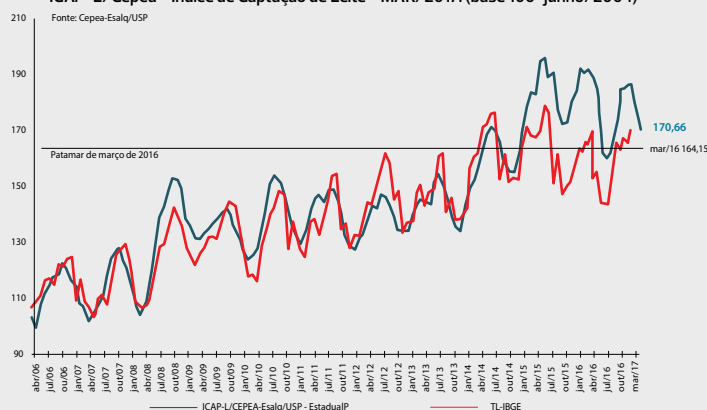
Prato e mussarela são os queijos mais presentes na mesa dos brasileiros. Seja na lasanha do domingo ou no lanchinho da semana. A linha de fatiados Frimesa é composta por produtos de alta qualidade e práticos para você.

frimesa.com.br

f/frimesaOficial

ICAP-L/Cepea - Índice de Captação de Leite - MAR/2017. (base 100=junho/2004)

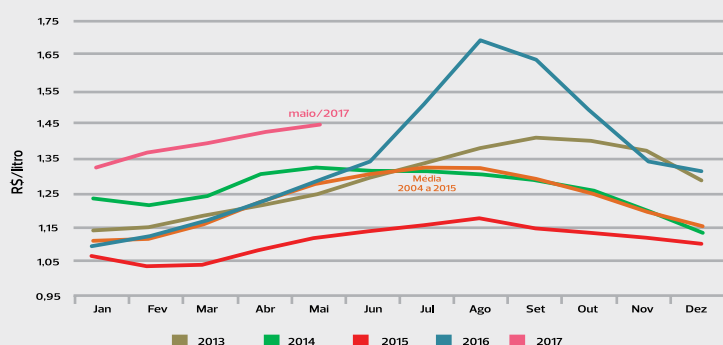
Fonte: Cepea-Esalq/USP



Média Brasil Ponderada Bruta (BA, MG, GO, PR, SC, SP, RS)

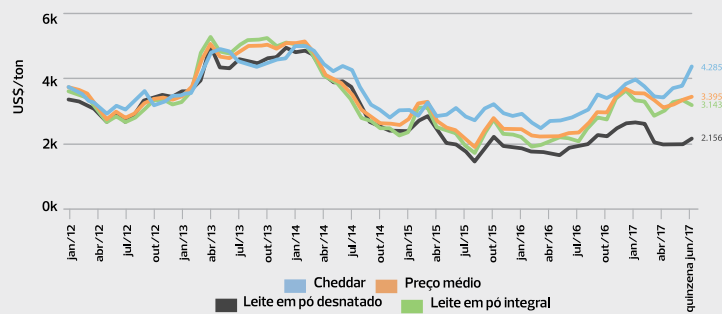
Valores Reais - R\$/Litro

Fonte: CEPEA-ESALQ/USP



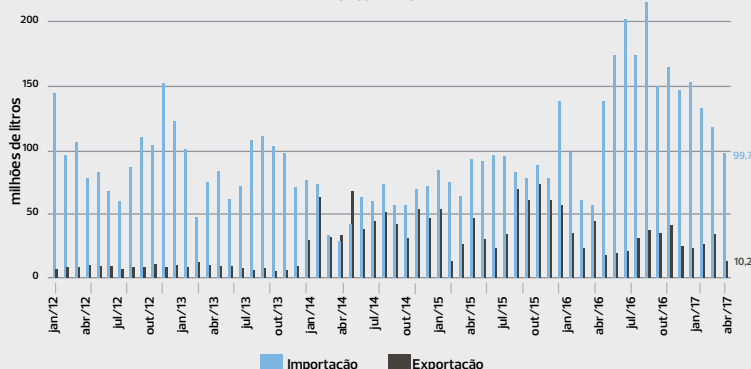
Preços no leilão GDT

Fonte: Global Dairy Trade



Exportações e importações em equivalente - leite

Fonte: MDIC



No ar novamente



Depois da primeira fase da campanha – “a carne que o mundo prefere” – que apresentava a exclusividade da Frimesa na linha mais completa de cortes suínos do mercado, chegou a hora de mostrar a variedade do portfólio incluindo linguiças, embutidos e salames

O novo filme traz a mesma família da campanha anterior e continua destacando o fato da carne suína ser a mais consumida do mundo, agora com ainda mais evidência para os pratos. O final surpreende com a abdução do prato principal, insinuando que a preferência pela carne suína extrapola o planeta.

As novas peças publicitárias assinadas pela Agência OpusMúltipla estreiam a partir do dia 19 de junho, primeiramente no mercado do Paraná e partir de outubro em São Paulo, sendo que algumas peças terão veiculação nacional. Além do filme, a campanha vai ao ar com peças de internet, mídia urbana, merchandising no programa Hoje em Dia com Ana Hickmann. O destaque fica ainda por conta de um projeto especial de receitas com a revista Caras e uma série de anúncios em revistas como a própria Caras, Veja e Ana Maria.

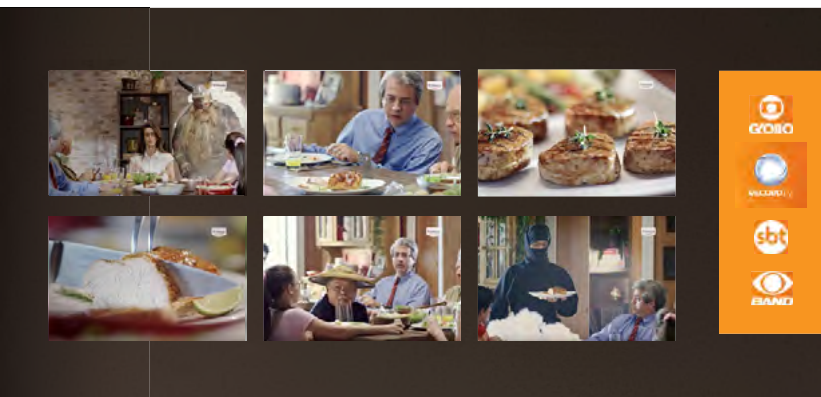
A mídia intensiva no ponto de venda – peças de merchandising e tabloides também continuam. As equipes de vendas receberam treinamentos e materiais de apoio.

Com o objetivo de continuar a estimular o consumo e associar a carne suína à marca Frimesa, o site “a carne que o mundo prefere” se tornou uma fonte de muitas informações e receitas para, justamente, mostrar que a carne suína é saudável e saborosa. O site já caiu no gosto do público. Ele está entre os primeiros nas pesquisas com o termo “carne de porco” no Google, já teve mais de 220 mil acessos e está atraindo visitantes com mais de 50 receitas. São diversas dicas culinárias e muitas informações interessantes que dão água na boca dos consumidores.

Quando iniciou a campanha de marketing, no ano passado, a Frimesa tinha o grande desafio de ampliar a visibilidade da marca no segmento de carnes, projeto que já colhe frutos. O primeiro vem da pesquisa da LITZ – Pesquisa de Marketing e Consultoria que averiguou, nas praças de Curitiba, Maringá e Foz do Iguaçu o retorno da campanha e a aceitação do público: 90% dos entrevistados identificaram como eficientes os esforços de comunicação. O mais importante é a Frimesa ser apontada como a 1ª marca em qualidade da carne suína, bem como a segunda marca mais lembrada e de maior consumo.

As notícias boas vêm também da área criativa da campanha. Os comerciais da primeira fase são finalistas no Profissionais do Ano da Globo.





LANÇAMENTOS

Mais prática e bonita



Frimesa adota embalagens com sistema de abre e fecha para a linha de queijos fatiados

As embalagens dos queijos fatiados da Frimesa estão renovadas. A primeira mudança é no visual que agora acompanha a nova comunicação da marca para a categorias de frios. A segunda mudança resulta em muito mais conveniência para o consumidor com sistema de abertura fácil e refeitamento. A solução foi aplicada aos itens queijos Mussarela, Prato e Cheddar fatiados nas versões 200 e 500g.

O diferencial da embalagem abre fácil e resselável é bastante prático para que o consumidor tenha frios fatiados e frescos sem precisar transferi-los para outro recipiente para a armazenagem.

Os queijos Frimesa são produzidos e embalados em filme termoformatado, com atmosfera modificada, outro fator que contribui dando muito mais qualidade para o alimento. A atmosfera modificada é um sistema tecnológico e serve para preservar o produto deixando as fatias soltinhas e fáceis para o consumo.

Troféu Ouro

O ninja, o viking e o chinês sumiram com a carne, mas voltaram com um troféu. O portal acarnequeomundoprefere.com conquistou o Troféu Ouro em Especialidade Digital/Mobile, promovido pela ABEMD (Associação Brasileira de Marketing de Dados). O título é um reconhecimento do portal, que traz bastante conteúdo relacionado à proteína suína, apresentando informações sobre nutrição, mitos&verdades, receitas, segurança alimentar, curiosidades, além de informações sobre os produtos Frimesa.

Os comerciais de lançamento da nova linha de cortes suínos ainda são finalistas da região Sul no Profissionais do Ano da Globo, um dos mais importantes e respeitados prêmios da propaganda brasileira. Para a Agência OpusMúltipla já é um grande reconhecimento estar entre as três campanhas selecionadas dentre várias inscritas dos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. "Estamos felizes em ver um trabalho que já tem trazido bons resultados com chance de trazer também um prêmio de criatividade", afirma o diretor-presidente Rodrigo Rodrigues.

Trajetória de inovação

Dos quinze itens comercializados em 1980 a um portfólio atual de 430 produtos diferentes. Nesse tempo a Frimesa se modernizou, investiu em tecnologia, processos, pesquisa e desenvolvimento e marketing. Conheça a trajetória contada pelos produtos.

2017

é um ano especial para a Frimesa. São 40 anos de história e a

Cooperativa está em clima de comemoração. Tudo começou em 1977 com quatro cooperativas do Sudoeste do Paraná se unindo para formar uma Central e buscar uma renda mais justa no campo com a agroindustrialização.

Nesse tempo a Frimesa jamais parou, pelo contrário, agregou valor aos seus produtos, investiu em tecnologia, pesquisa e desenvolvimento, marketing, modernizou as estruturas para se tornar uma grande indústria de alimentos no Brasil.

Esse ano é o momento de recordar essa trajetória. Nessa edição da Revista Frimesa, vamos mergulhar na história do portfólio de produtos da Frimesa, mostrando a evolução dos lançamentos dos principais itens, de cada inovação que permitiu à empresa chegar ao mix atual.

Um trabalho que envolve várias equipes desde a captação das oportunidades do mercado, pesquisa e desenvolvimento, processos industriais, lançamento e comercialização dos produtos. Afinal, são eles que chegam todos os dias a milhares de casas em todo o Brasil e, ao mesmo tempo, sustentam milhares de pessoas envolvidas na cadeia de atuação.

1982

produtos no portfólio: 50

A marca Iguaçu chega à Central Frimesa por meio da compra dos Laticínios Kambi – que significa leite em guarani – ampliando a industrialização de leite pasteurizado em mais duas unidades – Nova Santa Rosa e Matelândia.



1977

1980

produtos no portfólio: 15

Fundação da
Cooperativa Central
Sudcoop, hoje Frimesa.



Tudo começou com a aquisição da massa falida do Frigorífico Frimesa. Após grandes reformas e melhorias na planta, em maio, a Central inicia o processo de industrialização de suínos e, conseqüentemente, a comercialização dos primeiros produtos: cortes suínos, presunto, apresuntado, dois tipos de linguiça fresca, banha, salames e uma curiosidade: sabão em pedra. Em agosto um novo segmento era agregado: o leite. Em duas unidades eram industrializados leite pasteurizado, manteiga, doce de leite, creme fresco, queijos prato e mussarela, comercializados com a marca Rei do Oeste.



1983

produtos no portfólio: 103

A partir de 1983 o crescimento no abate e algumas melhorias proporcionaram a ampliação de alguns itens e novas versões de mortadelas, bacon, salame, galantina, linguiças e salgados. As embalagens passam pela primeira alteração no visual.



1986

produtos no portfólio: 118

Ocorre o investimento na Indústria de Carnes, com ampliação das linhas e compra de novos equipamentos. Nesse momento é lançado o primeiro hambúrguer com a marca Frimesa.

1988

produtos no portfólio: 57

A Frimesa ampliava a capacidade de industrialização do frigorífico para 40 ton/dia. Mais algumas versões com destaque para o presunto tender e as linguiças defumadas na versão institucional.

1991

produtos no portfólio: 109

Um dos projetos mais importantes da época em lácteos é concluída. Com tecnologia e conceitos modernos para a época, a Indústria de Queijos em Marechal Cândido Rondon é inaugurada. A decisão levou ao lançamento dos queijos Parmesão, Provolone e Gouda com a marca Reggio.



2004

produtos no portfólio: 256

A marca Friminho, com os produtos: bebida sabor chocolate, queijo petit suisse e leite fermentado UHT. Novos itens: creme de leite light, picanha suína e ainda novos sabores de doces de leite – chocolate e brigadeiro – complementam as novidades.

2003

produtos no portfólio: 259

Em lácteos: leite semidesnatado, creme de leite e bebida sabor chocolate, na versão 200g, são lançados. Todas as embalagens passam por mais uma modernização. Surge a linha fácil nas opções queijo filete e cubo, bacon fatiado e cubo, pepperoni, presunto defumado, calabresa e salame fatiados, para conquistar o segmento institucional.

2002

produtos no portfólio: 259

Lançamentos como novas versões de hambúrguer – com queijo e com bacon, duas novas versões de doce de leite – com ameixa e com coco somam ao portfólio. Nesse ano a Frimesa entra no mercado de logurte pacote. A marca Frimesa é atualizada pela segunda vez.



Frimesa

1992

produtos no portfólio: 110

Um grande investimento tecnológico se inicia na indústria de carnes. Sete novos equipamentos chegam para melhorar a produtividade e qualidade dos produtos: um destaque era o hambúrguer e bacon fatiado. Em meio a uma campanha publicitária da marca Reggio, a cooperativa lança no mercado o queijo parmesão ralado e as duas versões de manteiga extra com e sem sal.

1993

produtos no portfólio: 101

Mais uma tecnologia chega à Frimesa. Ocorre a aquisição da primeira máquina para a linha de industrialização de longa vida e logo o lançamento do Leite esterilizado UHT, também na marca Reggio. A bebida láctea sabor chocolate também é incorporada ao portfólio. Ainda em lácteos, novo processo na indústria de Matelândia permite o lançamento do creme de leite fresco na versão pote 350g, até então em pacote.



1996

produtos no portfólio: 121

Frimesa entra no mercado de iogurtes na versão pacote. Depois de quase vinte anos no mercado, a logomarca Frimesa tem uma identidade visual. As cores preta e vermelha da nova logomarca, ao mesmo tempo que vinham transmitir modernidade, vinham mostrar a solidez e a seriedade da Cooperativa. O visual de todas as embalagens também foi modernizado.

Frimesa

2001

produtos no portfólio: 245

As linguças termoformatadas: paio e calabresa na versão 400g, Manteiga extra sem sal, três novos sabores de requeijão, são os lançamentos do ano. Os queijos finos são reposicionados passando a assinar “Frimesa Gold”.



2000

produtos no portfólio: 208

O trabalho em pesquisa e desenvolvimento permitiu um lançamento anual de 36 produtos: creme de leite UHT, o doce de leite na versão light e os cortes temperados da linha Grill. Destaque também para a incorporação do laticínio da Centralpar, que permitiu à Frimesa entrar no mercado de requeijões, iogurtes (copo e garrafa) e queijo petit suisse.

1998

produtos no portfólio: 160

Unificação da comercialização de todos os produtos na marca Frimesa. Inicia mais um processo de modernização das embalagens e o portfólio conta com 160 itens. Lançamento da linguixa Frimesinha.



2005

produtos no portfólio: 258

Investimento na indústria em Marechal Cândido Rondon permite à Frimesa inaugurar a primeira fábrica de leite condensado do Paraná, consequentemente o lançamento do produto no mercado. Nas linhas longa vida 200 ml – creme de leite e bebida láctea sabor chocolate também passam a ser industrializados na unidade. Acontece ainda o lançamento dos leites cálcio, ferro e baixa lactose, que mais tarde tornou-se Zero Lactose.



2006

produtos no portfólio: 299

Mortadela Bologna chega em novas versões. No mesmo ano os queijos mussarela light e gouda na versão 500g e provoletti são lançados. No segmento de bebidas lácteas, a versão garrafa era apresentada aos varejistas.



2007

produtos no portfólio: 318

Chegam a costelinha defumada, hambúrguer sabor calabresa, os praticíssimos queijos fatiados mussarela e prato no mercado. Empanados de frango, linguiça de pernil e frescal contemplam os lançamentos. A marca Frimesa e o personagem Friminho são modernizados.



2016

produtos no portfólio: 430

Linha de pratos prontos são lançados em quatro opções de cortes de carne suína: costelinha, filé mignon, pernil e lombo, com variações de molho. E ainda, o doce de leite reserva, sobremesa chocolate branco, leite condensado e doce de leite na opção zero lactose. Também marcam os lançamentos do ano a campanha de comunicação “a carne que o mundo prefere” trazendo como novidade 12 novos cortes de carne suína.



2015

produtos no portfólio: 405

A inovação continua sendo ingrediente essencial. Neste ano a Frimesa lança o pioneiro leite fermentado na opção 170g. Também chega o fermentado 75g na marca Friminho. Em iogurtes, linha zero lactose, versão bicamadas com geleia de frutas e dois novos pedaços de frutas: goiaba e maçã com canela ampliam o portfólio da categoria. Nova máquina bandeja decor permite o lançamento do grego opção bandeja, assim como as versões zero e funcional. Em carnes, a mortadela Bologna fatiada era incorporada ao mix. Inicia mais uma atualização do visual das embalagens.



2008

produtos no portfólio: 339

Linha festa com os itens tender, lombo e pernil temperados prometem mais sabor às comemorações de fim de ano.



2009

produtos no portfólio: 341

A Frimesa transfere as operações de lácteos de Curitiba para Matelândia dando início aos investimentos na industrialização de iogurte. Nessa época eram comercializados em 21 tipos diferentes.



2010

produtos no portfólio: 327

Iogurte Bandeja é mais um novo investimento na fábrica em Matelândia. Cortes suínos em versões menores – picanha, costela, pernil, sobrepaleta, filezinho, carré e picanha marcam as novidades em carnes.



2014

produtos no portfólio: 380

A linha de iogurte está mais moderna, resultado da repaginação no visual ao mesmo tempo que são lançadas as sobremesas lácteas – chocolate e flan, iogurte grego e bicamadas. Complementam as novidades queijo gorgonzola, salame hamburguês e a ave natalina.



2012

produtos no portfólio: 366

Atendendo a necessidade de praticidade de consumo, são lançados os fatiados carnes – presunto, apresuntado e frilanche. Inicia mais um processo de renovação das embalagens.



2017

produtos no portfólio: 430

Renovação da logomarca Frimesa nas embalagens e na comunicação com o mercado.

Frimesa

Causa nobre

A temporada de 2017 do "Concerto das Rosas", projeto que tem como objetivo o fomento à arte e cultura e a arrecadação de fundos para apoio à mulher vitimada pelo câncer de mama, através da Associação dos Amigos do HC, também conta com apoio da Frimesa.

O concerto é uma proposta da Unicultura – Organização Não Governamental de Curitiba, em parceria com o Grupo Orquestral Ladies Ensemble, uma orquestra paranaense, ativa desde 2008, única composta só por mulheres no Paraná. Com 16 musicistas das principais orquestras do Estado, o grupo se apresenta ao lado das solistas Maryanne Francescon e Moara Pessatti e conta com a regência do maestro convidado Alessandro Sangiorgi, conduzindo repertório com obras de Vivaldi e Piazzolla.

Além de voltar a atenção das pessoas sobre o câncer de mama, o "Concerto" ainda busca ressaltar, por meio da música erudita, a importância da realização do diagnóstico precoce. Toda a verba das apresentações é destinada a hospitais especializados no tratamento do câncer de mama.

A parceria entre a Unicultura e o Grupo Ladies Ensemble promoverá, em 2017, duas apresentações do "Concerto das Rosas" em Curitiba, nos dias 29 de maio e 14 de junho. Na sequência, será realizada uma turnê por 9 cidades do interior do Paraná, entre elas Cascavel, Toledo e Foz do Iguaçu.



Foto: Brunno Covello



Pioneiros no cooperativismo

No final de abril, a Frimesa recebeu a visita do ex-presidente da OCB e da OCEPAR, Wilson Thiesen, e do integrante ex-coordenador do Instituto Nacional de Desenvolvimento Agrário, Sílvio Galdino. Ambos trabalharam no Incra enquanto ainda era conhecido como Instituto Nacional de Desenvolvimento Agrário, INDA, no final da década de 60. Durante a excursão pelas cooperativas paranaenses, puderam verificar o resultado do crescimento do sistema que eles contribuíram para se estabelecer, há pouco mais de meio século.

De acordo com o ex-presidente da OCB, Wilson Thiesen, é recompensador ver como as cooperativas evoluíram. "O Projeto Iguaçu de Cooperativismo viveu, em apenas meio século, uma transformação única. As pessoas que participaram do programa jamais imaginaram um desenvolvimento tão grande no Oeste do Paraná. Era algo inacreditável para nós, que trabalhávamos no início, vivenciar o grau de evolução e desenvolvimento que vivemos hoje. Elas superaram todas as expectativas e hoje são motivo de muito orgulho para todos que fizeram ou fazem parte desta história de cooperação".

O engenheiro agrônomo Sílvio Galdino, que sempre foi um defensor do desenvolvimento do cooperativismo, hoje vê o resultado da luta para a criação e implantação do sistema. "Depois de quatro décadas, poder visitar a Frimesa e as demais cooperativas paranaenses é um sonho. Tenho muito orgulho de ter participado implementando a ideia e coordenando todo o trabalho de renovação. Hoje, podemos ver o reconhecimento de que o trabalho que realizamos serviu como alicerce para todas as cooperativas".

Essência premiada

Conjunto de práticas da Frimesa para o desenvolvimento da sustentabilidade recebe reconhecimento entre as cooperativas do agronegócio

Entre os valores que permeiam a atuação da Frimesa está o da promoção do desenvolvimento sustentável dos públicos envolvidos. No final de abril, durante a AveSui 2017, mais uma vez a empresa foi eleita a cooperativa com a melhor performance no Desenvolvimento Sustentável e com o melhor Desempenho Social do agronegócio brasileiro. Os títulos são reflexo da evolução da central nos últimos anos, com um crescimento médio anual de 15%, apenas na última década.

O troféu, idealizado pela Gessulli Agribusiness, em 2016, e realizado em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), é resultado de uma análise comparativa do desempenho das principais cooperativas brasileiras, de acordo com aspectos da sustentabilidade corporativa.

De acordo com o Diretor Executivo da Frimesa, Elias José Zydek, a sustentabilidade é um valor estratégico para a Frimesa. "Nossa essência é fundamentada no cooperativismo com um conjunto de práticas para promover o desenvolvimento social, econômico e também ambiental dos públicos envolvidos nos nossos negócios. Trabalhamos com foco no "correto e justo" para merecer o retorno econômico e financeiro esperado".

SOCIAL O primeiro dos pilares da sustentabilidade é a prosperidade social. A Frimesa é uma cooperativa feita de pessoas e traduz, na sua essência, a prática da responsabilidade social com o desenvolvimento de diversas ações e programas que visam proporcionar uma melhor qualidade de vida para as pessoas.

FINANCEIRO A performance econômica é uma das bases para a sustentabilidade. Entendendo isso a Frimesa mantém projetos e metas arrojadas e é essa visão que permitiu, na última década, a empresa obter um crescimento médio de 15% ao ano. O excelente desempenho vem das estratégias de investir na ampliação e modernização das plantas de industrialização, com foco em alimentos de valor agregado.

AMBIENTAL O último pilar da sustentabilidade é o comprometimento da Frimesa com o respeito e a conservação do meio ambiente. As práticas envolvem a promoção e a consciência ambiental dos colaboradores e da comunidade bem como a adoção de tecnologias e procedimentos para gestão adequada de resíduos, emissões atmosféricas e tratamento de efluentes.

DIRETOR EXECUTIVO da Frimesa, Elias José Zydek, com as premiações pela Responsabilidade Social e pelo Desenvolvimento Sustentável



Nova regra

Mudanças no
regulamento de
inspeção é aprovado
com a meta de
atualizar, simplificar e
melhorar a fiscalização
das indústrias de
alimentos. Frimesa
reúne cooperativas
para debater o tema

As indústrias terão um ano para adequar seus processos ao novo Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA). O documento dita as normas regulamentadoras aos estabelecimentos de produtos de origem animal (carne bovina, suína e de aves), leite, pescado, ovos e mel.

O antigo regulamento, elaborado em 1952, estava muito desatualizado. Quando publicado, há 65 anos, o Brasil tinha característica de país importador. De lá para cá se tornou um dos maiores exportadores de produtos de origem animal do mundo. O antigo regulamento tinha 952 artigos, sendo que o atual consta com apenas 542, praticamente a metade, e foi concebido após 10 anos de debates junto ao Ministério da Agricultura. Aproximadamente 3,6 mil propostas foram feitas ao texto por meio de consultas públicas.

Uma das principais mudanças é a implementação do conceito de garantir a segurança e inocuidade alimentar por meio de análises de risco. O Regulamento cita, inclusive, ferramentas como a Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC), a mesma ferramenta utilizada pela NASA para controlar a inocuidade dos alimentos dos astronautas em missões espaciais.

Outra novidade é que foi incluída na rotina de fiscalização a realização de análises de biologia molecular (exames de DNA), para que seja possível identificar fraudes, como o uso de carnes diferentes das que identificadas no rótulo.

Mas a grande novidade se refere às penalidades aplicadas às indústrias que cometerem irregularidades. Agora, as infrações são classificadas em: leve, moderada, grave e gravíssima com valores variando de R\$ 50 mil a R\$ 500mil. Caso a empresa for reincidente, ou seja, receber 3 infrações gravíssimas, ela perde o registro do Serviço de Inspeção Federal.



Segundo a Supervisora de área de Segurança de Alimentos e Ambiental, Karem De Luca Paz, "os profissionais da área estavam ansiosos pela aprovação do novo documento, aguardando modernizações de tecnologias, harmonizações com a legislação internacional e interações com outros órgãos públicos de fiscalização".

Como os estabelecimentos terão até um ano para se adequarem ao novo regulamento, a área de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação da Frimesa, sob a coordenação da assistente técnica de assuntos regulatórios, Catiucia Giraldi, se reuniu, no último dia 29 de abril, com as equipes técnicas das cooperativas LAR, C.VALE, COPACOL, COPAGRIL e COOPAVEL para troca de informações. Foram expostas as principais mudanças do regulamento e levantadas dúvidas que cada cooperativa possuía sobre o tema, bem como as sugestões de melhorias. Esses levantamentos foram unificados em um documento que será entregue à Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) e ao Ministério da Agricultura com o objetivo de agilizar o retorno e as tratativas a serem realizadas junto a cada estabelecimento.

Água em debate



Frimesa realizou treinamento técnico voltado à correta gestão da água na suinocultura

Não há dúvidas que a água é um fator imprescindível para o desenvolvimento socioeconômico, para muitas atividades. Para auxiliar a cadeia com informações da gestão adequada desse importante resíduo, a Frimesa reuniu as equipes técnicas das áreas de suínos e meio ambiente das cooperativas filiadas.

O evento aconteceu no Centro de Eventos da Primato e contou com a participação de 25 pessoas. O treinamento técnico teve por meta a troca de informações quanto ao gerenciamento da água nas propriedades adequadas. Os temas captação, armazenamento, tratamento e qualidade da água, padrões de instalação e distribuição da água nas granjas, os bebedouros e seus manejos e finalmente a água no controle da ambiência foi ministrado pela EMS Design e Soluções Ambientais.

Posteriormente, serão os técnicos os responsáveis pela disseminação das informações junto aos produtores de suínos das cooperativas filiadas, como afirma a Supervisora da área de suínos da Frimesa, Fabiane Bachega. "O treinamento propiciou a equalização das informações entre os técnicos. Desta forma, o trabalho de replicar as informações junto aos produtores torna-se mais eficaz".

Também foram discutidos detalhes sobre o manejo de água e produção de dejetos e as possibilidades de reuso da água nas granjas, para fins específicos. A encarregada de Gestão Ambiental da Frimesa, Gisele Caldereiro, explicou que "o uso eficiente da água na granja por meio de simples controles e ações propiciará a geração de um volume menor de dejetos, contribuindo para a redução de custos no tratamento dos mesmos para a disposição final".

O trabalho junto à área técnica será continuado com a previsão de outros dois encontros, ainda em 2017. Os treinamentos visam o aperfeiçoamento dos colaboradores e a melhoria contínua da qualidade da matéria-prima, desde a sua origem, na propriedade.

EQUIPE técnica das cooperativas filiadas, responsáveis pelo repasse das informações aos cooperados



De olho na prateleira

Embalagens são muito mais do que proteger produtos, elas tornam o produto atraente e a primeira coisa que o cliente toca quando decide a compra

Produtos fantásticos e de qualidade, em embalagens erradas, não vendem. Para não ter erro é preciso ter conhecimento técnico. Seguindo esse conceito a área de Embalagem de Lácteos do departamento de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PDI) da Frimesa busca desenvolver embalagens, analisar especificações e auxiliar no desenvolvimento referente a processos e produtos.

A equipe busca melhorias, inovações e funcionalidades de forma constante, sempre de olho nos requisitos ambientais e regulatórios. Quando possível, e em condições de segurança, são avaliadas alternativas para redução de custos das embalagens, como por exemplo, a busca de novos fornecedores para o desenvolvimento.

O assistente técnico, Denilson Baumgartner, diz que no segmento de lácteos o fato dos alimentos serem comercializados em porções menores e prontas para o consumo, torna a atividade mais desafiadora. "Além do produto ter qualidade, a embalagem deve ser atraente ao consumidor, ou seja, a embalagem é um importante parâmetro na venda do produto, pois é um elemento de conexão e de comunicação entre o consumidor, o produto e a marca".

A preocupação é justificada pela pesquisa da Associação Brasileira de Embalagens (ABR) que afirma que na gôndola o produto tem três segundos para atrair a atenção do consumidor e, se atrair, as chances de compra são de 85%. É por isso que as empresas devem planejar muito bem as embalagens. No caso dos produtos lácteos que na grande maioria ficam expostos na gôndola, visíveis ao consumidor, a responsabilidade aumenta.

Desta forma, no desenvolvimento de embalagens é importante considerar atributos percebidos como diferenciais pelos consumidores, entre estes: o design, que proporciona a facilidade durante o consumo, a praticidade, o conforto, a segurança e a proteção do produto. Em lácteos, garantir o shelf life dos produtos é fundamental,

visto que para muitos produtos a validade é curta, a sua conservação é em temperatura de refrigeração ou em temperatura ambiente, dependendo do tipo de processo e embalagem utilizada, como é o caso dos produtos ultra-alta temperatura (UHT).

NA PRÁTICA A Frimesa busca inovar para ser atraente e prática no dia a dia do consumidor. No lançamento dos Queijos Fatiados, da Unidade Industrial de Marechal Cândido Rondon, a embalagem conta com um sistema res-selável, de abre e fecha, que serve como um porta frios ao consumidor. Assim a marca Frimesa permanece em evidência na geladeira do consumidor até o final do consumo, ressalta a assistente técnica Angelica Henz.

Para a assistente técnica Debora Santos, nas linhas de sobremesas eiogurtes Frimesa houve uma importante alteração nas embalagens, com a substituição das tampas de Alumínio por Mix Paper, tecnologia que utiliza um mix de papel e PET. "Tornamos a tampa mais resistente ao ser retirada do pote, o que trouxe maior facilidade e praticidade ao consumidor na hora de abrir as embalagens, além do benefício ambiental, por não utilizar o alumínio na composição da embalagem".

Investir em novas tecnologias é uma grande oportunidade de diferenciação e posicionamento da Frimesa, além de combinar o que é agradável com o que é funcionalmente útil. Quando bem desenvolvida, a embalagem estabelece uma associação direta entre o produto e a marca com a qual ele se relaciona. Desta forma, a imagem do produto promove seu destaque, aumenta sua competitividade no mercado e fortalece sua marca.

Sabe-se que em produtos semelhantes o consumidor prefere o mais atraente. Desta forma, a embalagem se torna a solução e não o problema. 🍷





Proteção e conhecimento

Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho sensibiliza colaboradores e traz ações ligadas aos cuidados com a segurança no dia a dia

Em 2017 a Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho, SIPAT teve sua programação toda voltada aos cuidados e à prevenção de acidentes e doenças relacionadas ao trabalho.

O evento, realizado nas unidades industriais de Medianeira, Matelândia e Marechal Cândido Rondon, na segunda e terceira semana de maio, foi dedicado a conscientizar os colaboradores, ressaltando o papel do cuidado e de uma vida mais saudável. Com as ações busca-se manter uma visão mais ampla, reconhecendo e corrigindo as práticas consideradas inseguras ou de risco.

A SIPAT 2017 faz parte do programa de qualidade de vida da Frimesa. Toda a programação foi promovida pelas equipes do Serviço Especializado em Engenharia, Segurança e Medicina do Trabalho, SESMT, em parceria com a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes, CIPA.

Durante a Semana foram realizadas ações bem diversificadas, contemplando desde a tradicional exposição de Equipamentos de Pro-



teção Individual, EPI's, a um teatro elaborado pelas CIPA's da indústria e do administrativo na Unidade de Medianeira.

A peça "Um dia de Trabalho" mostrou, de forma bem humorada, os cuidados necessários no dia a dia, bem como as consequências de não seguir as instruções de segurança e não utilizar os EPI's. As ações abrangeram 3 mil colaboradores. 📌



Portal do Colaborador

Criado em 2014, para facilitar o acesso a informações referentes aos benefícios e atribuições trabalhistas, o Portal é uma ferramenta que auxilia todos os colaboradores, de forma fácil e ágil. Para acessar é fácil: basta acessar o site da Frimesa – www.frimesa.com.br – entrar na intranet e clicar na opção Portal Frimesa, no lado esquerdo inferior.

O campo usuário deve ser preenchido com o número do crachá do próprio colaborador. Já a senha é informada na folha de pagamento. Mas atenção, para quem utiliza o sistema Senior, os campos de usuário e senha são os mesmos do aplicativo.

Inflação

De acordo com o INPC – Índice Nacional de Preços ao Consumidor – órgão especializado do IBGE que realiza a medição dos níveis de inflação acumulada, o valor registrado entre junho de 2016 e maio de 2017, chegou a 3,34%.

Salário Família

Em maio, para os colaboradores com filhos de 06 a 14 anos e cuja remuneração total não ultrapasse no mês R\$ 1.292,43, é obrigatória a apresentação do Comprovante de Frequência Escolar.

A obrigatoriedade é para receber o salário família. O benefício é creditado, mensalmente, na folha de pagamento.

Campanha do Agasalho

A campanha do agasalho deste ano, além de vestuário, arrecadou cobertores, lençóis e travesseiros. Estes materiais foram destinados aos colaboradores e entidades assistenciais cadastrados. entidades assistenciais cadastradas.

Restituição do Imposto De Renda

No site www.receita.fazenda.gov.br encontram-se as informações referentes à declaração de Imposto de Renda de 2017. Fique atento para as datas de restituição:

1º lote 16/06;	4º lote 15/09;
2º lote 17/07;	5º lote 16/10;
3º lote 15/08;	6º lote 16/11;
	7º lote 15/12.

Cuidados com o frio

O cuidado com a saúde e as preocupações com as gripes e resfriados aumentam à medida que as temperaturas caem. Problemas e sintomas como dificuldade para respirar, tosse, falta de ar, espirros e dores de garganta generalizados são indícios de que o inverno chegou.

Durante a época de frio, há um aumento expressivo no número de casos de gripe e resfriados. Estes são casos de doenças virais, altamente contagiosas, que são caracterizadas por tosse e febres súbitas.

Uma das possíveis explicações para este aumento está no estreitamento dos vasos sanguíneos, em decorrência do frio. Desta forma, há uma dificuldade maior para que ocorra o transporte dos elementos de defesa no organismo, fazendo com que a imunidade baixe.

No entanto, é preciso ficar atento aos sintomas das gripes e resfriados. De acordo com a médica do trabalho da Frimesa, Flávia da Silveira, as doenças respiratórias são popularmente conhecidas como "gripe". "Apesar de usarmos esse termo de forma genérica para nos referirmos a sintomas como nariz entupido, espirros e dor de cabeça, a gripe e os resfriados são causados por vírus diferentes e apresentam algumas diferenças".

Além da vacina contra a gripe, algumas medidas simples e corretas evitam a transmissão de doenças respiratórias e outras infecções:

- Ao tossir ou espirrar, cubra o nariz e a boca com um lenço, preferencialmente, descartável;
- Não deixe de ingerir líquidos. Além de hidratar, ajuda a manter a temperatura normal do corpo;
- Não use medicamentos sem orientação médica. A automedicação pode ser prejudicial à saúde;
- Procure o seu médico ou a unidade de saúde mais próxima em caso de gripe para diagnóstico e tratamento adequados.

Pagamento do PIS

Terão direito ao abono salarial todos os trabalhadores inscritos há cinco anos no PIS/PASEP, desde que tiveram no ano passado remuneração mensal de até dois salários mínimos médios e ainda ter atividade remunerada por, pelo menos, 30 dias. Outro quesito é ter os dados informados corretamente na relação de Informações Sociais – RAIS do ano base considerado.

Todos os colaboradores inscritos no PIS/PASEP, com direito ao abono salarial referente ao exercício 2017, poderão receber o valor das seguintes formas: crédito em conta, efetuado pela própria Caixa Econômica Federal, quando o colaborador possuir conta-corrente ou conta poupança na Caixa. Nos caixas eletrônicos, casas lotéricas e correspondentes Caixa Aqui, utilizando o Cartão Cidadão. O valor pode ser sacado ainda nas próprias agências da Caixa, apresentando o número do PIS e um documento de identificação.

O calendário de pagamento 2017 estará disponível para consulta no site da Caixa (www.caixa.gov.br) e nas casas lotéricas, a partir do final de Julho de 2017.





Jovens qualificados

Jovens Aprendizes concluíram, em maio, o curso de qualificação industrial

Com o mercado de trabalho cada vez mais competitivo, destacam-se os que buscam, desde cedo, uma qualificação como diferencial pessoal e profissional. No caso dos Jovens Aprendizes, além da realização pessoal, todo o esforço se resume, acima de tudo, a uma finalidade, garantir uma oportunidade de trabalho.

No início de abril, nove jovens concluíram a primeira turma do Curso de Qualificação Industrial Metalmecânica. O curso, de 944 horas, é uma parceria entre a Frimesa, o Senai e o Sescop. A qualificação dos jovens aconteceu nos horários de trabalho, durante dois anos. Alguns jovens já foram efetivados já durante o curso, e outro ao final desta etapa. Cerca de 50% dos jovens foram contratados pela Frimesa.

A formação contemplou atividades teóricas e práticas nas áreas de elétrica, Mecânica Geral e Mecânica Frigorífica, além de atividades administrativas da área de manutenção.



Maio

05 anos

Medianeira
Adriana Da Silva
Albino Da Silva
Anderson De Souza
Cecilia Hartmann
Claudinei Almeida
Fabiano Carniel
Graciane Da Silva
Jane Das Flores
Lucimara Da Silva
Luzia Fritsche
Natiele Dallek
Rafaela Cardoso
Rudinei Petry
Valdemar Da Silva
Valdirene Da Fonseca

Matelândia

Juliana Maletzke
Silvana Vissotto

Marechal C. Rondon

Eloisa Ferreira
Mario Yoshida
Marli De Souza

Itajaí

Gabriel Boeira
Bebedouro
Roseli Lunardi
São Paulo
Vitor Julio
Esteio
Taimara Reginato

Seção
Abate
Higiene Ext.
Industrializados
Emb. Industrializ.
Triparia Not.
Expedição 3ºT.
Repositora
Abate Not.
Desossa
Desossa Not.
Emb. Cong. Not.
Higiene Int.
Expedição 1ºT.
Desossa
Repositora

Seção

Higiene Ind.
log. Bandeja

Seção

Doce de Leite
Leite Concentrado
Parmesão

Seção

Transporte

Seção

Vendas

Seção

Vendas

Seção

Vendas

10 anos

Medianeira
Antonio Telles
Benilde Vitali
Daniela Voigt
Ediane Da Silva
Fabio Bedin
Fernando Graf
Marcelo Dresch
Marilete Alves
Nilza Mendes
Sergio Ritter
Vilmar Delfino

Matelândia

Jose Meurer
Marechal Cândido Rondon
Jonatan Christmann

Seção
Obra
Desossa
Fatiados Cortes
Embutidos Toscana
Expedição 1ºT.
Desossa Not.
Presuntaria Not.
DGP
Embut. Ind. Not.
Almoxarifado
Fatiados Cortes
Seção
Pasteurização
Seção
Ambiental

15 anos

Medianeira
Regis Giehl
São Paulo
André Balencuela
São João
Wilson Fitz

Seção
Transporte
Seção
Vendas
Seção
Plataforma Recep.

GENTE QUE FAZ

Colaboradores homenageados pelo tempo de serviço dedicado à Frimesa



DIVANIR RODRIGUES
Medianeira
Embutidos Industrializ.
25 anos em Junho



EDUARDO PORTUGAL
Fomento Leite
Marechal C. Rondon
20 anos em Junho



WILMAR LEMES
Abate Noturno
Medianeira
20 anos em Junho



FLÁVIO STUARI
Expedição 3ºT
Medianeira
20 anos em Junho



GERSON ELSENBACH
Medianeira
Desossa
25 anos em Junho



JANETE BICKEL
Restaurante
Medianeira
20 anos em Maio



GILSON PARANHOS
Medianeira
Higiene
25 anos em Junho



PAULO CORRENTE
Medianeira
Transporte
25 anos em Junho



ENIO TREIN
Graxaria
Medianeira
20 anos em Maio



JAIR FRODER
Marechal C. Rondon
Indústria
25 anos em Junho



CARLOS BERNARDI
Embut. Industrializ.
Medianeira
20 anos em Maio

a NOSSA HISTÓRIA

JUNHO

05 anos

Medianeira

Alexsandro Pinto
Ana Claudia da Conceição
Anderson Modrak
Andrei Mendes
Cristiano de Andrade
Daiane Rohr
Danieli Kaibers
Dilson Kuzniewski
Erani Barbosa
Fernando Bola
Jocielel Busatta
Jucelia Vieira
Kerlen Landvoigt
Luzia Dos Santos
Maria Araujo
Mario Rocha
Neiva Da Conceição
Noeli Zuconelli
Pedro Antunes
Rafael Chaves
Rosane Schmidt
Rosilene Tezza
Suelin Da Silva
Talita Dos Santos
Taynara Lunardi
Teresa Lima

Matelândia

Evelin Gonçalves
Marechal Cândido Rondon
Izabel Do Prado
Marcio Leonhardt
Matheus Spindulas
Robson Hoffmann

Apucarana

Sueli Gonçalves

São Paulo

Avani Amorim

Bebedouro

Thamyres Da Anunciação

Seção

Expedição 1ºT.
Emb. Congelados
Expedição 1ºT.
Manutenção
Desossa
Expedição 1ºT.
Embut. Toscana
Ambulatório
Restaurante
Expedição 2ºT.
Preparo Massas
Triparia
Marketing
Vendas
Desossa Not.
Graxaria Not.
SIF Not.
Lavanderia
Sangria Not.
Presuntaria Not.
Indústria
Desossa Not.
Emb. Salsicha
Emb. Defumados
Condimentos Not.
Higiene Int.

Seção

Pesq. e Desenv.
Seção
Doce de Leite
Pesq. e Desenv.
Transporte
Leite UHT

Seção

Doce de Leite
Pesq. e Desenv.
Transporte
Leite UHT

Seção

Vendas

Seção

Repositora

Seção

Vendas

Quer fazer parte dessa história?

A Frimesa oferece vagas de emprego para o setor produtivo, na unidade frigorífica e para as unidades de leite.

Estas vagas podem ser preenchidas por pessoas com deficiência ou reabilitados do INSS.

Interessados comparecer na Sede da Frimesa – Rua Bahia, 159, Bairro Frimesa, em Medianeira (PR) – de segunda a sexta-feira, das 08h às 10h.

10 anos

Medianeira

Ana Paula Zanelato
Aristeu Oestreich
João Carlos Amorim
Lucilene Grichok
Marilei Ferraz
Narciso Bianchatti
Rodimar Castanho
Severino Bonardt

Matelândia

Andre Scherner

Seção

Vendas
Fatiados Not.
Desossa
Desossa
Desossa
Almoxarifado
Presuntaria
Desossa Not.

Seção

Expedição

15 anos

Medianeira

Iris Werle
Maria Carvalho
Rubens Lunardi
Curitiba
Edson Merege Filho
Sílvia Cheremetta

Seção

Vendas
Desossa Not.
Recep. Suínos

Seção

Vendas
Vendas

A parceria entre a Frimesa e o SESCOOP – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – todos os meses é vista através dos vários cursos, treinamentos e qualificações realizados para os colaboradores.

ABRIL

MAIO

1			1
2			2
3			3
4			4
5			5
6			6
7			7
8			8
9			9
10			10
11			11
12			12
13			13
14			14
15			15
16			16
17			17
18			18
19			19
20			20
21			21
22			22
23			23
24			24
25			25
26			26
27			27
28			28
29			29
30			30
31			30

10, 17 e 24 **DESENVOLVIMENTO GERENCIAL**

25 colaboradores participaram do primeiro e segundo módulo do curso de desenvolvimento gerencial. Os cursos, que tiveram uma duração de 48 horas, foi realizado na Unidade Industrial de Medianeira.

05 **HIGIENE INDUSTRIAL**

Nove colaboradores da Unidade Industrial de Medianeira participaram do terceiro módulo do curso voltado à higiene industrial. A turma totalizou 08 horas de curso.

13 e 23 **RELACIONAMENTO INTERPESSOAL**

37 colaboradores da unidade industrial de Medianeira participaram de um curso voltado às relações interpessoais. Os treinamentos tiveram, ao todo, 24 horas de duração.

09 e 15 **DESENVOLVIMENTO GERENCIAL**

25 colaboradores participaram do quarto e quinto módulo do curso de desenvolvimento gerencial. Os cursos, que tiveram uma duração de 32 horas, foram realizados na Unidade Industrial de Medianeira.

17 **NR-36**

17 colaboradores da unidade industrial de Medianeira participaram de um treinamento relacionado à Norma que regula o trabalho com emergências em Amônia. O curso teve 08 horas de duração.

10 e 11 **QUALIFICAÇÃO PARA FORNECEDORES**

O treinamento sobre desenvolvimento, qualificação e auditoria de fornecedores foi ministrado para 35 colaboradores. O curso, realizado em Medianeira, teve uma duração de 16 horas.

18 **NR-35**

O treinamento da Norma Regulamentadora em Segurança no Trabalho em Altura reuniu 17 colaboradores da unidade de Medianeira. O treinamento teve uma duração de 08 horas.

15 e 16 **OPERADOR DE TRANSPALETEIRA**

Para habilitar novos colaboradores a operarem maquinários foi realizado um curso na Unidade Industrial de Medianeira. O treinamento contou com 15 participantes e teve uma duração de 12 horas.

19 e 20 **NR-10**

A Norma Regulamentadora de Segurança em Instalações e Serviços com Eletricidade foi tema de um curso de reciclagem, realizado em Medianeira. 15 Colaboradores participaram do treinamento que teve 16 horas de duração.

22 a 24 **OPERADOR DE EMPILHADEIRA**

Para capacitar novos operadores de empilhadeira foi ministrado, em Medianeira, um treinamento para 17 colaboradores. O curso, com duração de 20 horas, apresentou diversos temas relacionados.

20 **HIGIENE INDUSTRIAL**

Nove colaboradores da Unidade Industrial de Medianeira participaram do segundo módulo do curso voltado à higiene industrial. A turma totalizou 04 horas de curso.

Receitas para coleccionar



Receitas para colecionar

Bisteca Suína Frimesa ao Molho de Ameixa e Nozes

INGREDIENTES: 400g de Bisteca Suína Frimesa; 1 cebola picada fina; 3 dentes de alho bem picados; 1/3 de maço de cheiro-verde; sal a gosto; pimenta-do-reino a gosto; 3 colheres de azeite; 100 g de ameixa preta; 50 g de Manteiga Frimesa sem Sal; 150 ml de Creme de Leite Frimesa; Noz-moscada a gosto; 50 g de nozes; 3 ramos de alecrim; 2 xícaras de arroz branco.

MODO DE PREPARO: Tempere a bisteca com cebola, alho, sal e pimenta-do-reino e deixe descansar por 1 hora. Retire do tempero e leve a uma frigideira com azeite bem quente e sele todos os lados da carne até ficar bem dourada. Depois, asse no forno pré-aquecido. Na mesma frigideira em que foi selada a bisteca, acrescente um pouco de azeite e a manteiga, refogue a ameixa preta, abaixe o fogo e deixe cozinhar por 3 minutos. Assim que levantar fervura, junte o creme de leite e a noz-moscada e espere reduzir até que vire um molho espesso. Finalize com nozes e cheiro-verde.

MONTAGEM: No centro do prato, coloque o molho de ameixa e nozes. Sirva o arroz branco no canto do prato e finalize com as bistecas grelhadas e os ramos de alecrim. Coloque um fio de azeite e uma pitada de sal.

Entrevero de Pinhão

INGREDIENTES:

2kg de pinhão (cozido e descascado); 1kg de pernil suíno Frimesa; 1 peito de frango (picado); 500g de bacon Frimesa; 500g de linguiça Frimesinha (tipo calabresa); 100g de linguiça calabresa Frimesa; 100g de linguiça toscana Frimesa; sal a gosto; 6 colheres (sopa) de óleo; 1/2 pimentão verde; 1/2 pimentão vermelho; 1/2 pimentão amarelo; 3 tomates grandes; 2 cebolas grandes; tempero verde a gosto.

MODO DE PREPARO:

Pique todos os ingredientes. Frite todas as carnes no óleo, salgue a gosto e refogue por aproximadamente 15 minutos. Acrescente os outros ingredientes (exceto o pinhão) e refogue por mais 15 minutos. Por último, mexendo constantemente, adicione o pinhão picado.

Batata Recheada com Bacon

INGREDIENTES: 1 pote de Requeijão Frimesa; 2 xícaras de Bacon Frimesa picado; Queijo Mussarela Frimesa a gosto; 4 batatas inglesas grandes; 1/2 xícara de milho verde; 1/4 de xícara de alho poró; sal a gosto; pimenta-do-reino a gosto; páprica doce a gosto.

MODO DE PREPARO: Lave bem as batatas e fure a casca com um garfo. Leve para cozinhar por cerca de 15 minutos no micro-ondas em potência alta ou até que fique macia, porém ainda firme (se preferir asse no forno, 25 minutos a 160°C). Em uma panela, frite o Bacon Frimesa picado até dourar e reserve. Na mesma panela usada para o preparo do bacon, refogue o alho poró até que fique murcho e tempere com sal, pimenta e páprica doce. Junte o milho verde, o bacon e o Requeijão Frimesa e misture bem para ficar bem cremoso, desligue o fogo e reserve. Assim que a batata estiver pronta, apoie-a em um papel toalha, alumínio ou papel manteiga para não se queimar e faça um corte em formato de cruz, remova a tampa e retire metade da polpa. Salgue, adicione o recheio, o Queijo Mussarela Frimesa e leve ao forno até que o queijo derreta.

Panceta Suína Frimesa e Spaguetti à Carbonara

INGREDIENTES:

800g de Panceta Suína Frimesa cortada em cubos pequenos; 2 gemas; 1 ovo inteiro; 100g de Queijo Parmesão Ralado Frimesa; 100ml de Creme de Leite Frimesa; Noz-moscada a gosto; Sal a gosto; Pimenta-do-reino a gosto; 300g de espaguete; Salsinha e cebolinha para decorar.

MODO DE PREPARO:

Frite bem a panceta suína até que os cubos fiquem dourados, escorra a gordura e reserve. Junte em uma tigela os ovos batidos inteiros com o queijo parmesão e o creme de leite, a noz-moscada, o sal e a pimenta. Misture bem os ingredientes e reserve. Cozinhe a massa conforme indicações do fabricante. Escorra e junte a massa quente à mistura de ovos, queijo e temperos. Mexa bem para que o ovo cozinhe e o queijo derreta no calor do espaguete. Junte os pedaços da panceta suína frita. Decore com salsinha e cebolinha bem cortadas.

Frimesa

40 anos

OPUSCULA

Linguiça Toscana

Vai de Linguiça Frimesa.

Com as Linguiças Frimesa, suas refeições saem da rotina. Num dia, toscana. No outro, calabresa. Depois você incrementa a receita com uma linguiça de pernil. E inventa algo com a Frimesinha. Vai de sabor sem igual. Vai de Frimesa.

acarnequeomundoprefere.com.br



Frimesa

Vai de carne suína, vai de Frimesa

OPUSCULA



Nova linha de cortes suínos Frimesa

www.frimesa.com.br

 /frimesaOficial